

Химчак Н.В.

Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина

**Связь между мотивационной направленностью сотрудников
и стилем руководства в трейд-маркетинговой группе**

На сегодняшний день одной из наиболее динамично развивающихся и перспективных областей на рынке труда в условиях нестабильности экономики является сфера трейд-маркетинга, направленная на стимулирование продаж. Эта сфера достаточно изменяется: расширяется, появляются новые направления, меняется стратегия, а значит, требуются новые кадры. Эта область стала привлекательной для многих молодых специалистов, так как дает возможность быстрого карьерного роста и достаточно высокую оплату труда.

Для достижения наилучших результатов компании, важна эффективная работа всего коллектива, как руководства, так и подчиненных [4, 7]. Результаты работы напрямую зависят от мотивации каждого из сотрудников, поэтому необходимо учитывать особенности мотивов трудовой деятельности, обусловленные различиями в желаниях, целях, ценностях и стремлениях членов коллектива [3]. Другим не мало важным фактором в достижение эффективной работы коллективом является руководство, а именно его роль и стиль. На руководителя возложены функции управления коллективом и организации его деятельности. То, как руководитель стимулирует группу и нацеливает ее на решение поставленных задач, отражается на общем результате работы [1, 2].

В отечественной и в зарубежной психологии изучали как проблему мотива и мотивации человеческой деятельности (В.Г. Асеев, В.К. Вилюнас, А.Н. Ле-

онтьев, В.С. Мерлин, Д.Н. Узнадзе, А.А. Файзуллаев, П.М. Яacobсон, Г. Холл, Х. Хекхаузен, А. Маслоу и др.), так и проблеме руководства и ее стилей (Г.М. Андреева, Д. Майерс, А.Н. Занковский, А.И. Китов, А.Л. Журавлев, Р.Л. Кричевский и др.), что отражено в большом количестве монографий [5, 6]. Однако во многих вопросах еще не пришли к единой точки зрения, что является предпосылкой дальнейшего исследования [8].

Цель исследования – выявить связь между мотивацией персонала и стилем руководства на примере трейд-маркетинговой группы.

Объект – мотивационная направленность сотрудников в трейд-маркетинговой группе.

Предмет исследования – это связь между мотивацией коллектива и стилем руководства.

Для достижения поставленной цели нами были использованы следующие методы и методики: наблюдение, беседа, методика диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере (О.Ф. Потемкина), методика определения стиля руководства трудовым коллективом (В.П. Захарова, А.Л. Журавлева), методика диагностики межличностных отношений (Т. Лири), метод ранговой корреляции (Спирмен).

Исследование проводилось на сотрудниках отдела трейд-маркетинга национальной компании «Олимп». В структуру отдела входит несколько команд, каждая из которых состоит из 25 сотрудников и их руководителя. В исследование принимало участие 2 команды, одна из которых выступала в качестве контрольной группы. В первой команде 19 человек женского пола и 6 мужского, во второй – 20 женского и 5 мужского. 90% являются студентами в возрасте от 19 до 23 лет. Руководитель первой группы – девушка 23-х лет, получившая психологическое образование. Руководитель второй группы – девушка 25 лет с высшим экономическим образованием.

Анализ экспериментального изучения связи между особенностями мотивационной направленности сотрудников и стилем руководства в трейд-маркетинговой группе позволяет сделать следующие выводы:

1. Исследование показало, что в отделе трейд-маркетинга можно выделить 3 наиболее значимых социально-психологических установки. У 96% сотрудников выражена ориентация на процесс, 92% испытуемых ориентированы на результат и власть. Наименьший интерес представляют такие установки, как эгоизм и деньги.

2. Проанализировав личностный профиль, следует отметить, что для руководителя свойственно доминирование, а не подчинение. Преобладает авторитарный тип отношения к окружающим, не ведущий к агрессивному поведению. Основными характеристиками руководителя являются ответственность, компетентность, стремление к успеху, умение распоряжаться. В целом его поведение расценивается как адаптивное.

3. Стиль управления можно отнести к смешанному. В стиле руководства присутствует 79% коллегиального компонента и 18% директивного, что гово-

рит о проявлении различных сторон и качеств руководителя, присущие этим стилям.

4. Была установлена прямая связь между директивным стилем управления и направленностью сотрудников на процесс. Выявлена обратная связь между коллегиальным стилем и такими мотивационными установками как «процесс», «альтруизм», «власть».

В качестве перспективы дальнейшего исследования может выступать изучение отличительных особенностей мотивации трудовой деятельности руководителей и подчиненных в трейд-маркетинговой группе.

Литература:

1. Андреева Г. М. Социальная психология. — 5-е изд. — М.: Аспект Пресс, 2006. 363 с.
2. Дубовская Е. М., Кричевский Р. Л. Психология малой группы. — М.: Аспект Пресс, 2001. — 253 с.
3. Ильин Е. П. Мотивация и мотивы — СПб.: Питер, 2000. — 508 с.
4. Майерс Д. Социальная психология/ пер. с англ. — СПб., 1997. — 752 с.
5. Немов Р. С. Психология в 3 кн. Кн.1. Общие основы психологии : учебник для вузов — 4-е изд. — М.: ВЛАДОС, 2006. — 687 с.
6. Парыгин Б. Д. Основы социально-психологической теории — М.: Мысль, 1971. — 348 с.
7. Надюк Н. М. Организация как социально-психологическая система: Вестник Харьковского национального университета, серия «Психология», 2007, №793, с. 312-315.
8. Бодров В. А. Современные исследования фундаментальных и прикладных проблем психологии профессиональной деятельности: Психологический журнал, 2008, том 29, №6, с. 66-74.